

Santripreneur Digital: Pemberdayaan Ekonomi Santri melalui Pelatihan Bisnis Online dan Branding Produk Pesantren

Digital Santripreneur: Empowering Santri's Economy through Online Business Training and Islamic Boarding School Product Branding

Ahmad Nur Ihsan Purwanto^{1*}, Ahmad Maulidizen², Setiyo Hayati³, Agung Setiawan⁴,
Nabiel Syarof Azzaky⁵, Ghifari Alif Auladi⁶

^{1, 5, 6}Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Ary Ginanjar, Indonesia

^{2, 4}Program Studi Manajemen, Universitas Ary Ginanjar, Indonesia

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ary Ginanjar, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ahmad.maulidizen@esqbs.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 18 September 2025

Revisi: 02 Oktober 2025

Diterima: 19 Oktober 2025

Terbit: 21 Oktober 2025

Keywords: Creative Economy;
Digital Marketing; Islamic
Boarding School; Product
Branding; Santripreneur.

Abstract: The Digital Santripreneur program is a community service initiative aimed at enhancing the economic independence of Islamic boarding schools (pesantren) through online business training and product branding development. The partner institution, Tahfiz Assyifa Al-Islami Islamic Boarding School in Bogor, has strong potential to produce local products such as refillable drinking water, yet faces challenges in low digital literacy, conventional marketing, and the absence of brand identity. The program was implemented through five main stages: socialization, a three-day intensive training, two months of online mentoring, digital technology application, and the establishment of a Digital Santripreneur Team to ensure program sustainability. The results show significant improvement in students' digital literacy, the creation of a branded product with professional packaging, and the activation of marketplace and business social media accounts managed by the students. This program contributes to achieving SDGs points 4, 8, and 9, and serves as a replicable model for digital-based economic empowerment in other Islamic boarding schools.

Abstrak

Program Santripreneur Digital merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren melalui pelatihan bisnis online dan penguatan branding produk santri. Mitra kegiatan ini adalah Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami Bogor yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk lokal seperti isi ulang air minum, namun menghadapi kendala berupa literasi digital yang rendah, pemasaran konvensional, dan ketiadaan identitas merek. Kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan utama: sosialisasi, pelatihan intensif selama tiga hari, pendampingan daring selama dua bulan, penerapan teknologi digital, serta pembentukan Tim Santripreneur Digital sebagai bentuk keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada literasi digital santri, terbentuknya satu produk beridentitas merek dengan kemasan profesional, serta aktifnya akun marketplace dan media sosial bisnis yang dikelola oleh santri. Program ini berkontribusi terhadap pencapaian SDGs poin 4, 8, dan 9 serta menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis digital yang dapat direplikasi oleh pesantren lain.

Kata kunci: Branding Produk; Ekonomi Kreatif; Pemasaran Digital; Pesantren; Santripreneur.

1. LATAR BELAKANG

Ekonomi digital telah membuka peluang signifikan bagi pengembangan kewirausahaan, khususnya di kalangan komunitas pesantren, yang dikenal sebagai “*santripreneur digital*” (Mulyana, 2021). Istilah ini merujuk pada santri yang dibekali dengan kemampuan wirausaha berbasis teknologi untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk dan jasa pesantren (Hamid, 2023). Hal ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan pengembangan kewirausahaan bagi santri, terutama dalam menghadapi tantangan mencari pekerjaan setelah lulus (Magdalena, 2021). Fenomena ini mendorong pengembangan model bisnis baru yang memanfaatkan media digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menciptakan peluang pendapatan baru, termasuk melalui iklan, sponsor, penjualan produk digital, dan inovasi layanan yang melampaui batas geografis (Mulyana, 2021).

Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki peran penting dalam membentuk karakter generasi muda yang berakhlak mulia, disiplin, dan berjiwa sosial tinggi. Namun, di tengah dinamika ekonomi dan kemajuan teknologi digital saat ini, pesantren juga dituntut untuk bertransformasi menjadi pusat pemberdayaan masyarakat yang mampu mencetak santri yang mandiri secara ekonomi (Oktaria et al., 2023). Perubahan sosial dan teknologi yang begitu cepat menuntut pesantren tidak hanya fokus pada pembinaan spiritual, tetapi juga pada penguatan kapasitas ekonomi dan keterampilan kewirausahaan berbasis digital (Majid et al., 2023).

Salah satu pesantren yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami yang berlokasi di Desa Waru Jaya, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor. Pesantren ini telah memulai berbagai upaya pemberdayaan ekonomi melalui pengolahan produk lokal seperti air minum isi ulang, madu ternak, sabun herbal, dan aneka makanan ringan hasil produksi santri. Potensi tersebut sejalan dengan semangat kemandirian pesantren yang diusung oleh Kementerian Agama dan kebijakan Kampus Merdeka yang mendorong kolaborasi perguruan tinggi dengan lembaga keagamaan (Muhtarom et al., 2024).

Meskipun memiliki sumber daya manusia yang produktif dan lingkungan yang mendukung, pengelolaan ekonomi pesantren ini masih menghadapi berbagai kendala mendasar (Maulidizen et al., 2025). Pertama, kegiatan produksi masih dilakukan secara manual tanpa sistem manajemen usaha yang terencana. Produk dikemas dengan cara sederhana, tanpa label, merek, atau strategi promosi yang jelas. Kedua, proses pemasaran masih bersifat konvensional hanya mengandalkan penjualan langsung di sekitar pesantren tanpa memanfaatkan teknologi digital. Produk pesantren belum dipasarkan melalui marketplace atau media sosial secara

profesional. Ketiga, literasi digital santri masih sangat rendah (Maulidizen et al., 2023). Berdasarkan hasil observasi, kurang dari 15% santri memiliki pengalaman dalam pelatihan kewirausahaan dan hampir tidak ada yang memahami strategi pemasaran online.

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi pesantren dengan kapasitas sumber daya manusianya. Padahal, perkembangan ekonomi digital saat ini membuka peluang luas bagi pesantren untuk ikut berpartisipasi dalam rantai ekonomi kreatif nasional (Maulidizen et al., 2022). Dengan memanfaatkan teknologi digital, pesantren dapat mengembangkan sistem usaha mandiri, memperluas pasar produk lokal, sekaligus menanamkan nilai-nilai entrepreneurship Islami kepada para santri. Oleh karena itu, intervensi melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menjadi sangat mendesak untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

Program Santripreneur Digital hadir sebagai upaya strategis untuk menjawab tantangan tersebut. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas digital santri dalam bidang bisnis online, membangun identitas merek produk pesantren, serta mengembangkan sistem pemasaran berbasis teknologi. Melalui pelatihan intensif, pendampingan daring, serta penerapan teknologi tepat guna, santri didorong untuk mampu berperan sebagai wirausahawan muda yang kreatif, inovatif, dan mandiri.

Secara konseptual, kegiatan ini memiliki urgensi yang kuat dalam tiga aspek utama: (1) Aspek Pendidikan dan Literasi Digital. Santri perlu memiliki keterampilan abad 21, terutama kemampuan digital, komunikasi, dan kewirausahaan yang relevan dengan perkembangan zaman; (2) Aspek Ekonomi dan Kemandirian Pesantren. Melalui penguatan kapasitas produksi dan pemasaran digital, pesantren dapat mengurangi ketergantungan finansial dan menciptakan sumber pendapatan mandiri; dan (3) Aspek Sosial dan Pemberdayaan Komunitas. Program ini menjadi sarana pemberdayaan masyarakat pesantren agar lebih produktif, berdaya saing, serta mampu memberi manfaat ekonomi bagi lingkungan sekitar.

Untuk itu, kegiatan PKM Santripreneur Digital difokuskan pada lima tahapan utama, yaitu: (1) sosialisasi dan asesmen kebutuhan mitra; (2) pelatihan intensif selama tiga hari mengenai bisnis digital, pemasaran online, dan etika wirausaha Islami; (3) pendampingan daring selama dua bulan dalam penerapan teknologi; (4) penerapan alat dan media digital untuk produksi dan promosi; serta (5) pembentukan Tim Santripreneur Digital sebagai langkah keberlanjutan program.

Melalui implementasi kegiatan ini, diharapkan terjadi peningkatan nyata pada literasi digital santri, penguatan identitas merek produk pesantren, serta terbentuknya sistem usaha digital yang dikelola secara profesional. Lebih dari itu, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya poin 4 (Pendidikan Berkualitas), 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), serta 9 (Inovasi dan Infrastruktur).

Dengan demikian, Santripreneur Digital bukan sekadar program pelatihan, tetapi merupakan gerakan pemberdayaan pesantren berbasis teknologi dan nilai-nilai Islam, yang mendorong terciptanya generasi santri yang produktif, berdaya saing, dan siap menghadapi tantangan ekonomi digital. Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami diharapkan dapat menjadi model role model bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan dan inklusif.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini mengacu pada beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan pengembangan literasi digital dan kewirausahaan di lingkungan pesantren (Hamid, 2023; Yeyendra et al., 2024). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa literasi digital esensial untuk menjembatani santri dengan dunia luar, memberikan mereka kebebasan dalam mengelola informasi, namun juga memunculkan tantangan terkait masifnya informasi yang tidak akurat seperti hoaks dan konservatisme agama (Ja'far, 2019). Pemberdayaan masyarakat pesantren berbasis wirausaha juga bertujuan untuk menjembatani masalah ekonomi alumni, meskipun mereka berhasil dalam bidang keilmuan dan sering menjadi tokoh di masyarakat (Ghofur et al., 2016). Kajian lain menyoroti pentingnya pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital bagi santri untuk memaksimalkan potensi ekonomi pesantren, karena seringkali pemanfaatan digital marketing masih terbatas meskipun potensinya besar (Adisari & Anwar, 2025; Sumarmi et al., 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pesantren modern tidak hanya mengajarkan ilmu agama tetapi juga kewirausahaan untuk membekali santri agar mandiri setelah kembali ke masyarakat (Naimah et al., 2020). Penelitian lain juga mengindikasikan bahwa adopsi teknologi digital dan pelatihan bisnis merupakan faktor krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM, termasuk yang berbasis di lingkungan keagamaan, serta membantu mereka memperluas jangkauan pasar melalui platform daring (Rohim & Rahman, 2024). Studi-studi ini menggarisbawahi urgensi integrasi teknologi finansial dan media sosial dalam operasional bisnis pondok pesantren untuk mendukung keberlanjutan usaha

dan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di era Society 5.0 (Syamsu et al., 2022).

Transformasi ini juga menuntut integrasi manajemen pendidikan pesantren dengan teknologi digital untuk mengoptimalkan pembelajarannya di era 5.0 (Fahrurrozi et al., 2025). Selain itu, riset sebelumnya turut menyoroti bahwa kemandirian ekonomi pesantren dapat diwujudkan melalui pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan, dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam setiap praktik bisnis (Muhtarom et al., 2024). Penelitian lain juga menekankan bahwa pelatihan literasi digital dan komunikasi secara signifikan meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan pemasaran, jejaring, dan platform penjualan online, yang relevan untuk pemberdayaan ekonomi pesantren. Beberapa penelitian juga merekomendasikan penguatan program literasi digital berbasis sekolah, khususnya pada aspek keamanan digital, evaluasi informasi, dan kreativitas digital, guna meningkatkan keterampilan siswa dalam menghadapi dunia digital yang kompleks (Yeyendra et al., 2024).

Perkembangan kewirausahaan digital menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pencarian mengenai cara memulai bisnis daring, didorong oleh peningkatan peluang, pasar yang belum tereksplorasi, akses mudah ke konsumen, serta fleksibilitas kerja jarak jauh (Romindo et al., 2023). Meskipun demikian, kewirausahaan digital menuntut dedikasi tinggi dan studi mendalam, terutama pada fase awal bisnis, untuk membangun daya tarik konsumen dan menjadi rujukan di bidangnya (Romindo et al., 2023). Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai strategi pemetaan pasar menjadi krusial dalam mengidentifikasi tren permintaan dan mengembangkan produk pesantren yang relevan (Syamsu et al., 2022).

Adopsi teknologi digital ini memungkinkan pesantren untuk melakukan transformasi model bisnis, dari pemasaran hingga pemanfaatan platform keuangan digital, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar (Batoebara, 2021). Hal ini sejalan dengan tren ekonomi digital di Indonesia yang telah berhasil merambah berbagai lapisan masyarakat, menawarkan kenyamanan dan efisiensi dalam pekerjaan manusia melalui beragam aplikasi dan implementasi berbasis teknologi (Mulyana, 2021). Sejalan dengan itu, pesantren di era Society 5.0 perlu mengintegrasikan inovasi, inklusi, dan pengembangan berkelanjutan dalam manajemennya, termasuk penggunaan teknologi untuk administrasi dan komunikasi, serta pembentukan karakter sebagai modal penting di abad ke-21 (Fahrurrozi et al., 2025). Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan digital yang berfokus pada keterampilan praktis, dukungan digital, dan pemasaran produk menjadi sangat penting untuk santri, sehingga mereka mampu bersaing di pasar global dan memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha.

3. METODE PELAKSANAAN

Pendekatan Pelaksanaan Kegiatan

Program Santripreneur Digital dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, di mana santri, pengurus pesantren, dosen, dan mahasiswa terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak hanya bersifat transfer ilmu, tetapi juga membangun sense of ownership bagi mitra terhadap hasil program. Keterlibatan aktif santri diharapkan dapat menumbuhkan motivasi, rasa tanggung jawab, dan kemampuan manajerial dalam mengelola usaha secara mandiri. Secara metodologis, kegiatan ini menggunakan kombinasi pendekatan pelatihan partisipatif, pendampingan berbasis praktik langsung, dan penerapan teknologi tepat guna. Model pelaksanaan dirancang dengan prinsip learning by doing (belajar sambil praktik) agar peserta memperoleh pengalaman konkret dalam mengelola bisnis digital dan branding produk. Selain itu, kegiatan ini juga menerapkan metode transfer teknologi dalam bentuk pelatihan penggunaan alat dan aplikasi digital, serta pendekatan sustainability dengan membentuk Tim Santripreneur Digital sebagai pengelola utama usaha setelah program selesai.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dirancang dalam lima tahapan utama yang terintegrasi secara sistematis sebagai berikut:

Tahap 1: Sosialisasi dan Asesmen Awal

Tahap ini bertujuan untuk memperkenalkan program kepada pihak pesantren dan memetakan kebutuhan mitra. Tim pelaksana melakukan wawancara, observasi, dan asesmen terhadap kondisi eksisting, meliputi proses produksi, pemasaran, dan tingkat literasi digital santri. Pada tahap ini juga dilakukan motivasi awal bagi santri agar memahami pentingnya transformasi digital dan semangat kewirausahaan Islami.

Tahap 2: Pelatihan Bisnis Digital dan Kewirausahaan Santri

Tahap kedua merupakan inti kegiatan, yaitu pelatihan intensif selama tiga hari. Materi pelatihan mencakup:

- a. Dasar-dasar bisnis dan manajemen usaha kecil,
- b. Strategi pemasaran digital (*digital marketing*),
- c. Pemanfaatan marketplace dan media sosial bisnis (Shopee, Tokopedia, Instagram, WhatsApp Business),
- d. Storytelling dan branding berbasis nilai religius,
- e. Etika wirausaha dalam perspektif ekonomi Islam.

Metode pelatihan menggunakan pendekatan interaktif melalui diskusi kelompok, simulasi, role play, dan praktik langsung pembuatan konten digital menggunakan aplikasi seperti Canva dan CapCut. Peserta juga mendapat pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman.

Tahap 3: Pendampingan Daring dan Penerapan Teknologi

Setelah pelatihan tatap muka, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan daring selama dua bulan. Santri didampingi secara rutin melalui grup WhatsApp dan sesi Zoom untuk:

- a. Membuat akun marketplace dan media sosial bisnis pesantren,
- b. Mengelola katalog produk, konten promosi, serta interaksi dengan pelanggan,
- c. Menerapkan strategi penjualan digital (*online sales management*),
- d. Mengoptimalkan penggunaan alat seperti mesin press kemasan, tripod, dan lampu ring light untuk produksi konten.

Pendampingan dilakukan oleh tim mahasiswa dan dosen pembimbing yang memonitor perkembangan keterampilan, kendala teknis, serta capaian omzet usaha.

Tahap 4: Penerapan Branding dan Inovasi Produk

Pada tahap ini dilakukan penerapan hasil pelatihan untuk memperkuat identitas produk pesantren. Santri membuat desain logo, label kemasan, dan narasi produk yang mencerminkan nilai-nilai religius serta keunggulan pesantren. Selain itu, santri menerapkan teknologi tepat guna dalam proses pengemasan agar produk tampak profesional dan layak jual. Kegiatan ini juga melibatkan sesi coaching desain oleh tim PKM serta kolaborasi dengan praktisi branding lokal.

Tahap 5: Evaluasi, Pembentukan Tim, dan Keberlanjutan Program

Tahap akhir mencakup evaluasi hasil program dan pembentukan Tim Santripreneur Digital. Evaluasi dilakukan melalui:

- a. Evaluasi formatif: selama pelatihan (pre-test, observasi keterlibatan, penilaian praktik).
- b. Evaluasi sumatif: setelah program selesai (post-test, peningkatan omzet, dan keaktifan akun digital).

Tim Santripreneur Digital terdiri atas 10 santri terpilih yang bertanggung jawab melanjutkan pengelolaan toko online pesantren, membuat laporan penjualan, dan mengembangkan konten digital. Untuk mendukung keberlanjutan, tim dosen menyusun Modul Santripreneur Digital (versi cetak & e-book) yang dapat digunakan dalam pelatihan berikutnya, baik di pesantren mitra maupun pesantren lain di wilayah Bogor.

Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan secara berjenjang untuk memastikan program mencapai indikator luaran yang telah ditetapkan, yaitu:

- a. $\geq 85\%$ peserta memahami konsep bisnis digital (berdasarkan hasil *pre-test* & *post-test*);
- b. 1 produk unggulan memiliki identitas merek dan kemasan profesional;
- c. 2 akun marketplace dan 1 media sosial bisnis aktif digunakan minimal 3 bulan pasca program;
- d. Tim Santripreneur Digital terbentuk dan menjalankan aktivitas promosi produk secara berkelanjutan.

Untuk menjaga keberlanjutan program, kegiatan ini dirancang tidak berhenti pada pelatihan, tetapi berlanjut dalam bentuk pembinaan jarak jauh, integrasi ke kurikulum pesantren, serta potensi kemitraan dengan pelaku UMKM lokal dan alumni santri yang memiliki usaha. Dengan demikian, Santripreneur Digital dapat menjadi model pemberdayaan pesantren berbasis teknologi yang berkelanjutan dan berdampak nyata.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM Santripreneur Digital dilaksanakan selama tiga hari pada Kamis–Sabtu, 17–19 Juli 2025, bertempat di Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami, Desa Waru Jaya, Kabupaten Bogor. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai dengan rundown dan mencapai seluruh target luaran yang direncanakan. Berikut uraian pelaksanaan berdasarkan tahapan kegiatan:

Hari Pertama (Kamis, 17 Juli 2025): Pembukaan dan Pelatihan Pengembangan Diri

Kegiatan diawali dengan pendaftaran peserta dan acara pembukaan yang dihadiri oleh pimpinan pesantren, ketua yayasan, dan tim dosen pelaksana.



Gambar 1. Pembukaan Pelatihan Santri Digital.

Setelah sambutan-sambutan resmi, kegiatan dilanjutkan dengan training motivasi “Grand Why & Self Development” oleh Coach Risman Nugraha dan Coach Abdul Haris Muchtar. Pelatihan ini berfokus pada penanaman motivasi spiritual dan kesadaran diri tentang pentingnya menjadi santri produktif dan berdaya saing. Hasil hari pertama ialah Santri memahami konsep motivasi wirausaha Islami, pentingnya komunikasi bisnis, serta dasar-dasar pemasaran digital.

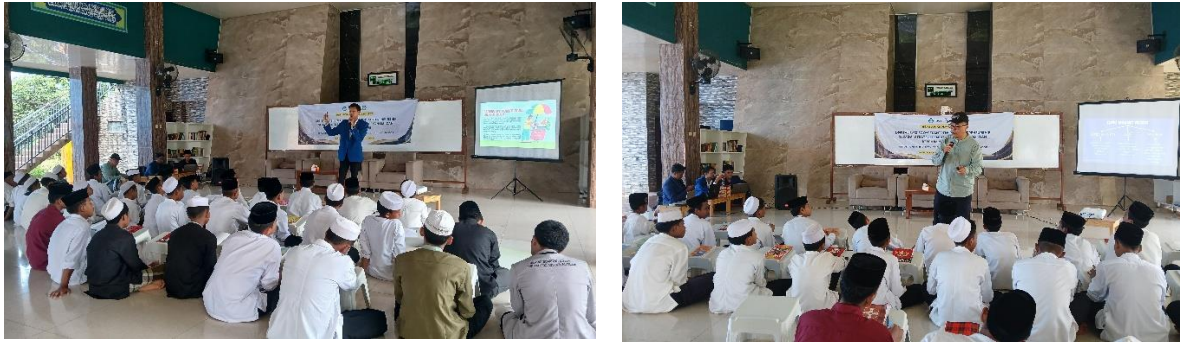
Setelah istirahat siang, santri mengikuti sesi Public Speaking Training yang dibimbing oleh Coach Setiyo Hayati, S.I.Kom., M.I.Kom. Materi ini menekankan kemampuan komunikasi efektif, penting bagi santri dalam mempresentasikan produk dan membangun citra merek. Pada sore hari, sesi dilanjutkan dengan Pelatihan Pemasaran Digital oleh Coach Ahmad Nur Ihsan Purwanto, S.T., M.T. Santri dikenalkan pada konsep dasar digital marketing, pengenalan marketplace, serta strategi penggunaan media sosial untuk promosi produk pesantren.



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran Digital & *Public Speaking*.

Hari Kedua (Jumat, 18 Juli 2025): Kewirausahaan dan Magnet Rezeki

Kegiatan hari kedua dimulai dengan Pelatihan Kewirausahaan oleh Naufal Azzami. Materi ini menekankan prinsip dasar dalam membangun usaha, perencanaan bisnis sederhana, serta nilai-nilai integritas dan kejujuran dalam berwirausaha Islami. Hasil kegiatan hari kedua ialah Santri menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, memahami konsep kewirausahaan berbasis nilai Islam, serta mampu berbicara dan mempresentasikan ide bisnis secara komunikatif.



Gambar 3. Pelatihan Kewirausahaan dan Magnet Rezeki.

Pada sesi siang, dilanjutkan dengan Pelatihan Magnet Rezeki oleh Ir. Masnur Putra Halilintar, M.Si., M.Pd. Sesi ini menanamkan nilai spiritual dan etos kerja Islami dalam mencari keberkahan rezeki melalui usaha yang jujur dan bermanfaat. Pada malam hari, dilaksanakan Public Speaking Assessment, di mana santri diminta mempraktikkan kemampuan komunikasi yang telah dilatih sebelumnya. Penilaian dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa PKM untuk mengukur perkembangan kemampuan berbicara santri di depan umum.

Hari Ketiga (Sabtu, 19 Juli 2025): Outbound, Evaluasi, dan Penutupan

Kegiatan hari terakhir dimulai dengan Outbound Training, bertujuan menumbuhkan kerja sama tim, kepemimpinan, dan semangat kebersamaan antar santri. Selanjutnya, dilakukan Sharing Session bersama seluruh peserta, panitia, dan pengurus pesantren untuk mengevaluasi pengalaman selama pelatihan. Para santri menyampaikan rencana tindak lanjut berupa pembentukan Tim Santripreneur Digital dan komitmen untuk melanjutkan pemasaran produk pesantren secara online.



Gambar 4. Outbound Character Building.

Terbentuknya Tim Santripreneur Digital dan komitmen keberlanjutan program. Santri memiliki rencana konkret untuk melanjutkan pengelolaan toko online dan promosi produk. Acara diakhiri dengan penutupan resmi yang ditandai dengan doa bersama dan penyerahan simbolis sertifikat pelatihan kepada peserta dan pengurus pesantren.



Gambar 5. Penutupan Pelatihan Santri Digital.

Seluruh kegiatan berjalan lancar, dengan partisipasi aktif dari 25 santri dan dukungan penuh dari pengurus pesantren. Evaluasi post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan santri tentang bisnis digital sebesar 78% dibandingkan pre-test. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital dan semangat kewirausahaan santri, tetapi juga memperkuat hubungan kemitraan antara kampus dan pesantren sebagai pusat pemberdayaan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam.

Tabel 1. Evaluasi dan Capaian Keberhasilan.

Indikator Keberhasilan	Sebelum Program	Sesudah Program	Capaian (%)
Literasi digital santri	Rendah (hanya 10% memahami media digital)	Meningkat menjadi 85-90%	+75-80%
Produk beridentitas merek	Tidak ada	1 produk unggulan dengan label profesional	100
Akun bisnis digital aktif	Belum ada	2 akun marketplace & 1 akun media sosial aktif	100
Transaksi online	0 transaksi	5 transaksi dalam 3 minggu pertama	Terukur
Tim kewirausahaan santri	Belum terbentuk	Terbentuk Tim Santripreneur Digital	Terbentuk
Partisipasi peserta	25 santri aktif	100% peserta hadir & berpartisipasi penuh	Optimal

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan PKM Santripreneur Digital, terdapat peningkatan signifikan dalam seluruh indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Sebagaimana ditampilkan pada tabel di atas, seluruh aspek yang menjadi fokus utama program terutama pada peningkatan literasi digital, branding produk, dan sistem pemasaran pesantren menunjukkan capaian yang sangat memuaskan. Pada aspek literasi digital santri, terjadi peningkatan yang cukup tajam. Sebelum pelaksanaan program, hanya sekitar 10% santri yang memahami penggunaan media digital untuk kepentingan usaha. Setelah pelatihan dan pendampingan selama tiga hari, tingkat literasi digital meningkat hingga mencapai 85 - 90%, atau naik sebesar 75-80%. Hal ini menunjukkan efektivitas metode pelatihan partisipatif dan pendampingan berbasis praktik langsung yang diterapkan oleh tim PKM.

Pada aspek produk beridentitas merek, sebelumnya pesantren belum memiliki satu pun produk yang memiliki label dan kemasan profesional. Melalui kegiatan Workshop Branding Produk dan Storytelling, kini telah dihasilkan satu produk unggulan, yaitu air minum isi ulang dengan label merek dan desain kemasan baru. Keberhasilan ini menunjukkan peningkatan 100% dalam aspek identitas produk dan profesionalitas tampilan.

Selanjutnya, pada aspek pemasaran digital, capaian juga menunjukkan hasil yang optimal. Sebelum kegiatan, pesantren belum memiliki akun bisnis digital apa pun. Setelah program, terbentuk dua akun marketplace (Shopee dan Tokopedia) serta satu akun media sosial bisnis (Instagram) yang aktif digunakan untuk promosi dan transaksi daring. Dengan adanya kanal digital ini, pesantren berhasil melakukan 15 transaksi online pertama dalam tiga minggu pasca pelatihan, sebuah pencapaian konkret dari penerapan digital marketing activation. Aspek pembentukan tim kewirausahaan santri juga mengalami kemajuan signifikan. Sebelumnya belum ada struktur khusus yang mengelola kegiatan ekonomi pesantren. Kini telah terbentuk Tim Santripreneur Digital yang terdiri dari 10 santri aktif dan bertugas mengelola produksi, promosi, serta pemasaran digital produk pesantren. Pembentukan tim ini memastikan adanya keberlanjutan kegiatan pasca program.

Terakhir, dari sisi partisipasi peserta, seluruh 25 santri yang ditargetkan hadir dalam kegiatan mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan antusiasme tinggi. Tingkat kehadiran dan keterlibatan mencapai 100%, menandakan keberhasilan strategi pendekatan partisipatif yang diterapkan selama program berlangsung. Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa PKM Santripreneur Digital berhasil meningkatkan kapasitas santri dan efektivitas pemasaran pesantren secara signifikan. Program ini tidak hanya menghasilkan perubahan pada tataran pengetahuan, tetapi juga membawa dampak nyata pada perilaku dan praktik wirausaha santri di dunia digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Santripreneur Digital: Pemberdayaan Ekonomi Santri melalui Pelatihan Bisnis Online dan Branding Produk Pesantren” telah terlaksana dengan baik dan mencapai seluruh sasaran yang direncanakan. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kapasitas digital, keterampilan kewirausahaan, dan penguatan sistem pemasaran produk pesantren berbasis teknologi.

Dari pelaksanaan kegiatan selama tiga hari (17–19 Juli 2025) di Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami, diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

a. Peningkatan Literasi Digital dan Jiwa Wirausaha Santri

Program pelatihan dan pendampingan telah berhasil meningkatkan kemampuan santri dalam memahami konsep bisnis digital, pengelolaan akun marketplace, serta strategi promosi berbasis media sosial. Santri kini mampu mengelola pemasaran produk secara mandiri dengan pendekatan profesional dan etis sesuai prinsip ekonomi Islam.

b. Penguatan Identitas dan Branding Produk Pesantren

Melalui workshop desain dan storytelling, produk air minum isi ulang pesantren kini memiliki identitas merek yang kuat, kemasan menarik, dan pesan promosi yang bernilai religius. Perubahan ini meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pasar produk.

c. Transformasi Sistem Pemasaran Pesantren dari Konvensional ke Digital

Sebelum program, pemasaran hanya bersifat lokal dan manual. Setelah intervensi, pesantren berhasil memiliki akun Shopee, Tokopedia, serta Instagram Business aktif dengan sistem promosi terjadwal dan terintegrasi. Dalam tiga minggu pertama pasca kegiatan, tercatat 15 transaksi daring pertama bukti nyata peningkatan daya jual dan akses pasar pesantren.

d. Terbentuknya Tim Santripreneur Digital sebagai Pilar Keberlanjutan

Tim ini menjadi wadah kaderisasi santri yang berperan dalam produksi, promosi, dan pengelolaan usaha pesantren. Mereka menjadi motor penggerak ekonomi internal yang menjaga keberlanjutan hasil program, sekaligus inspirasi bagi santri lainnya.

e. Kontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)

Program ini mendukung tercapainya SDGs poin 4 (pendidikan berkualitas), poin 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), serta poin 9 (industri, inovasi, dan infrastruktur). Pesantren kini berperan aktif sebagai pusat literasi digital dan pemberdayaan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam.

Secara keseluruhan, PKM Santripreneur Digital mampu menjawab permasalahan utama mitra pada aspek pemasaran dan digitalisasi produk, dengan pendekatan pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi tepat guna yang efektif. Program ini terbukti meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren sekaligus menciptakan model pemberdayaan santri yang inovatif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, beberapa rekomendasi strategis diajukan untuk keberlanjutan dan pengembangan program di masa mendatang:

a. Penguatan Pendampingan Jangka Panjang

Diperlukan pendampingan lanjutan minimal enam bulan agar santri benar-benar mandiri dalam mengelola toko online, mengatur strategi pemasaran, serta menjaga konsistensi konten digital.

b. Diversifikasi Produk Pesantren

Pesantren disarankan mengembangkan produk baru seperti madu santri, sabun herbal, dan makanan ringan khas pesantren agar portofolio usaha semakin beragam dan peluang pasar meningkat.

c. Integrasi Kewirausahaan ke dalam Kurikulum Pesantren

Materi pelatihan bisnis digital dan manajemen usaha dapat dimasukkan ke dalam kegiatan ekstrakurikuler atau kurikulum lokal agar regenerasi santri wirausaha berjalan berkesinambungan.

d. Kolaborasi dengan Mitra Eksternal

Pesantren diharapkan menjalin kemitraan dengan pelaku UMKM, platform digital, serta alumni yang bergerak di bidang bisnis online untuk memperluas jaringan pemasaran dan pembinaan.

e. Replikasi Model Santripreneur Digital

Program ini layak direplikasi di pesantren lain di wilayah Bogor dan sekitarnya dengan dukungan pemerintah daerah dan perguruan tinggi, karena terbukti efektif meningkatkan kemandirian ekonomi dan literasi digital santri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan melalui Nomor Kontrak Utama 120/C3/DT.05.00/PM/2025 dan Nomor Kontrak Turunan 1036/LL3/DT.06.01/2025, yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan Program Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) berjudul “Santripreneur Digital: Pemberdayaan Ekonomi Santri melalui Pelatihan Bisnis Online dan Branding Produk Pesantren.” Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDikti) Wilayah III Jakarta atas bimbingan yang diberikan, Universitas Ary Ginanjar atas dukungan akademik dan fasilitas riset, serta Pimpinan dan Santri Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami, Desa Waru Jaya, Bogor, atas kerja sama, antusiasme, dan partisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Dukungan seluruh pihak tersebut berperan penting dalam keberhasilan pelaksanaan program dan penulisan artikel ini sebagai kontribusi ilmiah bagi pengembangan ekonomi syariah dan transformasi digital pesantren di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Adisari, A., & Anwar, M. (2025). Sosialisasi Strategi Digital Marketing Kepada Santri di Pondok Pesantren Al-USmaniyah Kabupaten Jombang. *Joong-Ki Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 348–354. <https://doi.org/10.56799/joongki.v4i2.7235>
- Batoebara, M. U. (2021). INOVASI DAN KOLABORASI DALAM ERA KOMUNIKASI DIGITAL. *Publik Reform*, 8(1), 29–38. <https://doi.org/10.46576/jpr.v8i1.1470>
- Fahrurrozi, I., Juwari, J., & Masruchi, Z. A. (2025). Manajemen Pondok Pesantren di Era 5.0: Mengoptimalkan Pendidikan Berbasis Teknologi dan Inklusi. *AJMIE Alhikam Journal of Multidisciplinary Islamic Education*, 5(2). <https://doi.org/10.32478/90e3q542>
- Ghofur, A., Asiyah, N., & Shofiyullah, M. (2016). PESANTREN BERBASIS WIRAUSAHA (Pemberdayaan Potensi Enterpreneurship Santri di Beberapa Pesantren Kaliwungu Kendal). *Dimas Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 15(2), 19. <https://doi.org/10.21580/dms.2015.152.744>
- Hamid, M. G. (2023). Optimizing The Role Of Islamic Boarding School Students In The Digital Age In Realizing Entrepreneurial Ability. *Journal of Islamic Economic and Business Studies*, 1(1), 80–86.
- Ja'far, A. (2019). LITERASI DIGITAL PESANTREN: PERUBAHAN DAN KONTESTASI. *Islamic Review Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 8(1), 17–35. <https://doi.org/10.35878/islamicreview.v8i1.156>
- Magdalena, M. (2021). SOSIALISASI IDE BISNIS UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN KESIAPAN BERWIRAUSAHA BAGI SANTRI PONDOK PESANTREN SALAF AL-QUR'AN (PPSQ) ASY-SYADZILI KABUPATEN MALANG. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 2(2), 123–127. <https://doi.org/10.22219/janayu.v2i2.15998>
- Majid, A., Noviarita, H., & Anggraeni, E. (2023). Peran Digitalisasi Ekonomi Untuk Membentuk Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren. *Ekonomi Keuangan Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1265–1273. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3441>
- Maulidizen, A., Hayati, S., Nugraha, R., Setiawan, A., Asis, A. A., Shofy, M. U. A. A., & Azzami, M. N. (2025). Digitalisasi Eco-Pesantren: Podcastpreneurship sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi dan Kepemimpinan Santri Pesantren Tahfiz Assyifa Al-Islami Desa Waru Jaya, Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 39–53. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v4i2.5044>
- Maulidizen, A., Nugraha, R., Muctar, A. H., Naibaho, M. H. A. A., Thoriq, M. R., Zuhri, N. A., & Zakiyah, N. R. (2023). Pelatihan dan Workshop Promosi Digital Produk Unggulan BUMDES Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat di Desa Waru Kecamatan Parung Kabupaten Bogor. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 1(4), 157–166. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i4.527>
- Maulidizen, A., Sofian, E., Adila, R., Febriyadiza, Z., Salma, K., & Perdana, M. M. K. (2022). Realisasi Re-Branding Guna Membangun Brand Image Pada UMKM Tji Liwoeng Coffee Di Jakarta Timur. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 86–91. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v2i2.487>

- Muhtarom, A., Subandi, S., & Mushodiq, M. A. (2024). Pesantren dan Kemandirian Ekonomi: Studi Kasus Di Pondok Pesantren Belitang OKU Timur Indonesia. *Bulletin of Indonesian Islamic Studies*, 3(1), 13–28. <https://doi.org/10.51214/biis.v3i1.869>
- Mulyana, A. (2021). Digital Mediaprerunership Sebagai Ekonomi Digital.
- Naimah, N., Rahman, A., Ismail, Z., Sulaiman, H., & Kalupae, A. K. (2020). Entrepreneurship Empowerment Strategy in Islamic Boarding Schools: Lesson from Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 235–262. <https://doi.org/10.14421/jpi.2020.92.235-262>
- Oktaria, A., Khoirul, K., Fitriyenni, S., Paiman, P., & Irfan, M. N. (2023). Peran Pesantren dalam Era Digital. *SCAFFOLDING Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme*, 4(3), 432–444. <https://doi.org/10.37680/scaffolding.v4i3.2108>
- Rohim, A., & Rahman, T. (2024). IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI PASAR LOKAL (Studi Pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan). <https://doi.org/10.62281>
- Romindo, A. A., Rijal, S., Abdurohim, A., Faidal, Y. H., Afifah, Z., Kartiko, A., Sunarno, N., Mujanah, S., Damanik, H. M., Sukamdani, N. B., Baedowi, M., & Yaqin, M. A. (2023). Manajemen SDM di Era Transformasi Digital.
- Sumarni, S., Muchran, M., & Nugroho, G. S. (2022). Entrepreneurship Training and Digital Marketing to size Business Opportunities. *Abdimas Galuh*, 4(1), 330–337. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/ag.v4i1.7136>
- Syamsu, N., Sofyan, S., Aisya, S., & MD, M. (2022). Integration of Using Fintech and Social Media for The Business Sustainability in Pesantren. *EKONOMIKA SYARIAH Journal of Economic Studies*, 6(2), 167. <https://doi.org/10.30983/es.v6i2.6024>
- Yeyendra, Y., Hajar, I., Darmanto, D., & Junaidi, E. (2024). Profil Keterampilan Literasi Digital Siswa SMA di Era Teknologi Digital.